

ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP SÂU RỘNG

TS. Phạm Hùng Cường - ThS. Lưu Thị Bích Hạnh
Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II TP. Hồ Chí Minh

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, năm 2015, kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam đạt trị giá 30,14 tỷ USD, giảm 0,8% năm 2014. Sự sụt giảm kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này như một lời cảnh báo về thế mạnh của một nước nông nghiệp mà Việt Nam vẫn tự hào nhiều năm qua.



Tình trạng đáng báo động

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, tổng kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản (gọi chung là nông sản) của Việt Nam từ năm 2011 đến năm 2015 tuy có sự tăng trưởng, nhưng lại có xu hướng giảm dần về tốc độ, đặc biệt là trong năm 2013 và năm 2015 (Biểu đồ).

Tính riêng năm 2015, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này đạt 30,14 tỷ USD, giảm 0,8% so năm 2014. Trong đó, giá trị xuất khẩu các mặt hàng nông sản chính ước đạt 13,95 tỷ USD, giảm 2,6%, giảm mạnh nhất ở các mặt hàng: Cà phê, cao su, chè và gạo.

Trong các mặt hàng nông sản, hạt điều là ngành hàng duy nhất có sự gia tăng cả về khối lượng và trị giá xuất khẩu. Theo đó, xuất khẩu điều năm 2015 đạt 329 nghìn tấn với 2,4 tỷ USD, tăng 8,7% về khối lượng và 20,6% về trị giá so năm 2014. Giá hạt điều xuất khẩu bình quân năm 2015 đạt 7.305 USD/tấn, tăng 10,9% so năm 2014.

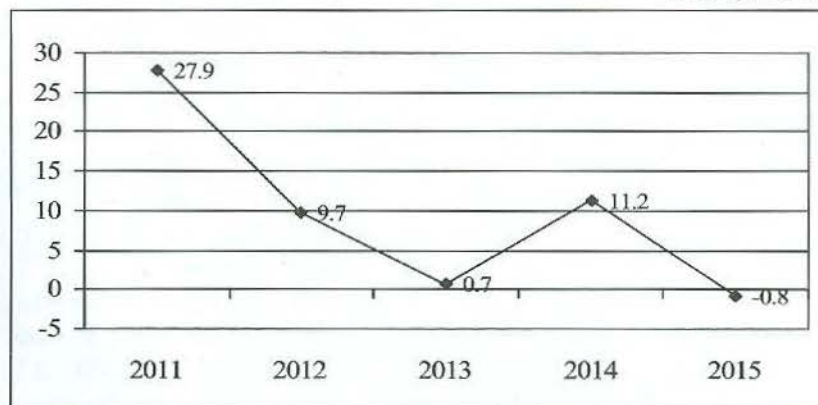
Tuy nhiên, ngoài mặt hàng điều có sự tăng trưởng trong năm 2015, vẫn còn 5/12 mặt hàng có kim ngạch và giá trị xuất khẩu giảm, như: Gạo, cà phê, chè,

cao su, thủy sản. Cụ thể: Cà phê có khối lượng xuất khẩu đạt 1,28 triệu tấn với tổng giá trị 2,56 tỷ USD, giảm 24,3% về khối lượng và giảm 27,8% về trị giá so với năm 2014; Tương tự cao su đạt 1,14 triệu tấn, giá trị đạt 1,54 tỷ USD, tuy tăng 7,2% về khối lượng, nhưng giảm 13,6% về trị giá; Chè đạt 125 nghìn tấn, giá trị đạt 212 triệu USD, giảm 6,0% về khối lượng và giảm 7,0% về giá trị; Gạo có khối lượng xuất khẩu đạt gần 6,8 triệu tấn và giá trị là 2,9 tỷ USD, tăng 7,7% về khối lượng, nhưng giảm 1,1% về trị giá; Thâm hụt lớn nhất là mặt hàng thủy sản, trị giá xuất khẩu năm 2015 đạt 6,6 tỷ USD, giảm 15,6% so năm 2014.

Mặc dù hiện nay, nông sản xuất khẩu của Việt Nam đã có mặt tại hơn 160 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, tuy nhiên, ngành hàng này lại luôn gặp phải khó khăn, như: Tình trạng mất giá, cạnh tranh gay gắt từ sản phẩm của các nước khác, người tiêu dùng thế giới không biết đến thương hiệu nông sản của Việt Nam...

Biểu đồ: Tăng trưởng trị giá xuất khẩu nông sản từ năm 2011-2015

Đơn vị tính: %



Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Nguyên nhân do đâu?*Về khách quan:*

Trên thế giới, nguồn cung của mặt hàng nông sản tuy có tăng, song giá lại liên tục giảm sâu; nguồn cầu thế giới tương đối yếu do suy thoái kinh tế. Thêm vào đó, các mặt hàng thế mạnh của Việt Nam đang có rất nhiều đối tác cạnh tranh cung cấp. Điều này đã khiến cho các nước nhập khẩu có xu thế điều chỉnh chính sách, nhằm bảo hộ hàng hóa trong nước, hạn chế nhập khẩu. Ví dụ, mặt hàng gạo, các quốc gia nhập khẩu chính, như: Indonesia, Philippines cũng đều rất nỗ lực trong việc tăng cường năng lực sản xuất lương thực để có thể cân đối cung - cầu. Bên cạnh đó, các mặt hàng như thủy sản cũng vướng vào một số các chính sách bảo hộ, những rào cản về thương mại, kỹ thuật tại các quốc gia ở châu Âu, Mỹ...

Về chủ quan:

- Mối liên kết "4 nhà" (Nhà nước - Nhà khoa học - Nhà doanh nghiệp - Nhà nông) trong tiêu thụ nông sản còn lỏng lẻo, đã dẫn tới nông sản Việt Nam rơi vào tình thế: "ùn tắc" đầu ra xuất khẩu, được mùa rớt giá.

- Việc lệ thuộc vào một số thị trường xuất khẩu chủ yếu và thiếu hiểu biết về thông tin thị trường khiến nông sản Việt Nam luôn bị động và đứng trước nguy cơ bị ép giá.

- Do sản phẩm chủ yếu là xuất thô, thiếu thương hiệu và xuất khẩu còn qua nhiều khâu trung gian nên doanh thu từ xuất khẩu còn thấp.

- Mức độ an toàn vệ sinh thực phẩm còn chưa được triệt để đảm bảo, nên nhiều sản phẩm xuất khẩu bị phía đối tác trả lại. Riêng đối với mặt hàng thủy sản, trong năm 2015, đã có gần 32.000 tấn hàng thủy sản bị trả về. Nguyên nhân chủ yếu do nguồn nguyên liệu không sạch, các chỉ tiêu hóa chất kháng sinh bị cấm tăng cao.

Một số giải pháp

Để nâng cao sức cạnh tranh cho nông sản Việt Nam nhằm

cải thiện sản lượng và giá trị của mặt hàng này, trong thời gian tới, cần thực hiện một số giải pháp sau:

Về phía Nhà nước:

- Đổi mới công tác thông tin, dự báo, hình thành cơ chế phối hợp thông tin không chỉ giữa các cơ quan quản lý với nhau, với các hiệp hội ngành hàng, mà cần thiết lập kênh thông tin với nông dân, doanh nghiệp chế biến, thu mua nông sản. Cơ chế thu thập, xử lý thông tin cũng cần đổi mới theo hướng đi sâu vào từng ngành hàng.

- Tiếp tục nghiên cứu và ban hành các chính sách cụ thể hỗ trợ, khuyến khích sản xuất nông nghiệp trong nước theo hướng sản xuất hàng hóa lớn, chuyên canh; tăng hàm lượng khoa học, kỹ thuật trong tất cả các khâu từ sản xuất, thu hoạch, bảo quản, đến chế biến nông sản nhằm từng bước nâng cao năng suất, chất lượng, hạ giá thành, từ đó, nâng cao khả năng cạnh tranh của nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế. Đặc biệt, đối với một số mặt hàng chính, có thế mạnh, cần nghiên cứu miễn thuế xuất hoặc tạm dừng thu thuế; có cơ chế tín dụng ưu đãi với các doanh nghiệp có nhu cầu nhập các giống cây trồng có năng suất cao, có giá trị xuất khẩu lớn.

- Có kế hoạch chiến lược tổng thể mang tầm quốc gia về xây dựng và bảo vệ thương hiệu nông sản Việt Nam.

Đẩy mạnh việc định hướng mô hình liên kết "4 nhà"; sản xuất các sản phẩm theo các chuẩn: VietGAP, GlobalGAP, HACCP... Tăng cường đào tạo kỹ năng sản xuất và tạo điều kiện thuận lợi cho nông dân nhằm phát triển sản xuất hàng hóa lớn.

Thúc đẩy sự phát triển của thị trường khoa học, công nghệ nhằm tạo mối liên kết ngang giữa các doanh nghiệp. Đồng thời đảm bảo tuân thủ pháp luật về quyền sở hữu trí tuệ, quyền tác giả đối với sáng chế,

giải pháp hữu ích, sáng kiến... thuộc sở hữu của doanh nghiệp.

Xây dựng hàng rào kỹ thuật đối với các mặt hàng nông sản nhập khẩu, bảo vệ thị trường trong nước.

Về phía các doanh nghiệp:

Chuyển từ chiến lược liên tục tăng số lượng xuất khẩu nông sản sang chiến lược xuất khẩu sản phẩm có chất lượng và giá trị cao hơn; Xác định phân khúc thị trường để từ đó đầu tư vào sản xuất, chế biến nâng cao chất lượng các mặt hàng nông sản có tiêu chuẩn phù hợp, đáp ứng yêu cầu của thị trường mục tiêu; Chuyển từ tập trung đầu tư vào công đoạn sản xuất sang đầu tư cho cả những khâu tạo ra giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị sau thu hoạch; Chuyển từ quy mô sản xuất hộ nông dân sang phát triển kinh tế hợp tác, chuyên môn hóa cao.

Đảm bảo chất lượng nông sản đúng theo yêu cầu của người tiêu dùng và thị trường. Việc hình thành các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng nông sản quy mô lớn sẽ là cơ sở ban đầu để hình thành các thương hiệu mạnh, uy tín của các doanh nghiệp và nông sản Việt Nam trên thị trường thế giới, tạo cơ sở nâng cao khả năng cạnh tranh của nông sản Việt Nam. Nâng cao chuỗi giá trị trong từng khâu sản xuất hàng nông sản.

Xác định hướng đi cũng như nhu cầu thực sự đối với đầu tư cho khoa học, công nghệ, đẩy mạnh ứng dụng nghiên cứu và phát triển, nhằm nâng cao giá trị xuất khẩu nông sản.

Về phía người nông dân:

Để đạt được mục tiêu tăng giá trị sản xuất hàng nông sản xuất khẩu, người nông dân phải nâng cao nhận thức, thay đổi thói quen canh tác, chế biến để những sản phẩm làm ra thực sự an toàn và được người tiêu dùng thế giới đón nhận. Đồng thời, cần kiên trì học hỏi, tìm hiểu áp dụng sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật trong sản xuất nông nghiệp./